

オンライン、実店舗での消費者・外食店向け販売を行うHana Trading (susi.cz) は300以上の日本食材・飲料を取り揃えており、うち3割が日本産。

企業概要

企業名	Hana Trading (susi.cz)
ビジネス概要	1993年にプラハ4区のMichleに実店舗「花susi.cz」をオープンし、後に自社EC「susi.cz」でのオンライン販売を開始した日本食材専門小売店 - 消費者への小売事業以外に、レストラン等にも卸している - 日本からの直輸入は行っておらず、欧州内のサプライヤーから仕入れている - ECではチェコ全土と一部スロバキアにも配送 - 取扱う食品・飲料の商品数、品目数ともに拡大中 - 日本の陶磁器、食器、調理器具、ギフトアイテムも取扱う - オーナーはチェコ人で、チェコスロバキア（当時）で初めて日本料理の本を執筆した経験を有し、実店舗では日本料理の料理教室も開催している
店舗数	プラハに1店（店舗面積：不明）
販売している主な日本食材*1	- 日本食材を中心に320以上の食品・飲料を扱っており、うち日本産は100以上（約30%） - 調味料、菓子、ドライ製品、飲料、酒類 他



写真出所： [Vegemania](#) HP、[susi.cz](#) HP

*1 susi.czで在庫があることが確認できた商品（2022年2月2日時点） 出所： [susi.cz](#) HP
その他出所：有識者インタビュー

4. マーケット調査 - ②チェコ

(3)日本食レストランとメニュー例

日本食レストラン例 ~Miyabi (日本食レストラン)



農水省より、日本食文化の発展に寄与したとして表彰されたチェコ人オーナーが経営する日本食レストラン。茶道からインスピレーションを得た店舗で本格和食を提供している。

店舗概要

店舗外観・内装

店舗名

Miyabi Prague

カテゴリ

- 日本食レストラン(現地系)

ビジネス概要

- プラハに位置する中級クラスの日本食レストラン
- 店内はテーブル席、座敷、和室で構成。堀こたつや日本式庭園等もあり、プラハにしながら日本文化を感じることができる
- 創業者・オーナーのDarja Kawasumi氏はICU（国際基督教大学）を卒業後、日本で13年を過ごした。在日中に茶道や日本の食文化を学び、チェコに帰国後、1995年に同店をオープンした
- Darja氏は平成28年度に農林水産省が主催するJAECAP20216にて海外での日本食文化の発展に寄与したとして表彰されている
- チェコの食のフェスティバルで受賞経験を持つ、日本の家庭料理と懐石料理、和菓子が堪能できる他、茶道、琴や尺八の演奏といった日本の文化を体験できるイベントも開催している

店舗数

- 1店のみ

客単価

- 470-620CZK (握りずし・巻きずしセット1人前:460CZK、お弁当とお寿司:680CZK程度)



メニュー例



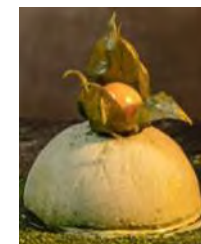
お弁当とお寿司
/680CZK



天ぷら/180-310CZK
(旬野菜、シーフード、きのこ、こんにゃく)



いなり寿司
/160CZK



抹茶のジェラート
/110CZK
(チェコ人の大好きなヨーグルトを使用)

写真引用元:店舗公式HP

<https://www.miyabi.cz/jidelni-menu/Wolt>

日本食レストラン例 ~Yamato (寿司店)



日本で修業を積んだチェコ人寿司職人が料理長を務める人気ハイエンド寿司店。割烹風の店内で日本さながらの寿司、神戸牛、日本酒等が楽しめ、邦人にも評価が高い。

店舗概要

店舗名	Yamato
カテゴリ	・ 寿司店(現地系)
ビジネス概要	・ プラハに位置するハイエンド寿司店 ・ 2013年秋に創業者、共同経営者、料理長の Marek Hora氏によりオープン。チェコの有名料理番組「アノ シェフェ」のズデニェク氏との共同経営 ・ Hora氏は、国際すし知識認証協会の代表理事である風戸正義氏の下で修業を積んだ ・ 寿司をはじめとした伝統的な日本料理の提供を重視しており、料理だけではなく、客が料理に集中できるシンプルかつ清潔な内装にもこだわっている ・ 日本から直輸入したA5等級神戸牛を使用したステーキや、八海山や獺祭等様々な日本酒を提供 ・ 日本人客の間でも、本物の日本食が提供されており、日本を思い出すことができると定評
店舗数	・ 1店のみ
客単価	・ 1,500-4,900CZK (握り1貫:70-310、ディナーコース1人前:1,690CZK程度)

店舗外観・内装



メニュー例



ビールマグロ漬け握り / 140CZK
(チェコで有名なビールと醤油で漬けたマグロに西洋わさびと青りんごを添えた人気の握り寿司。別名プラハ握り)



刺身(50g)/ 270-490CZK

盛り合わせ/ 950CZK



神戸ステーキ/ 時価



天ぷら/270-470CZK
(えび、野菜、かに)

写真引用元: [店舗公式HP](#)、[トリップアドバイザー](#)、[bugadvisor.com](#)

日本食レストラン例 ~Engawa (日本食レストラン)



焼き肉と寿司をメインにしゃぶしゃぶや焼き鳥等の日本料理を提供する現地系レストラン。
日本風のおしゃれな店内で備長炭を使った鉄板調理の焼き肉やうなぎが楽しめる。

店舗概要

店舗外観・内装



メニュー例

店舗名

Engawa Yakiniku & Sushi

カテゴリ

- 日本食レストラン(現地系)

ビジネス概要

- 観光スポットが密集しているプラハ1区に店を構える。旧市街広場から徒歩10分程の好立地
- 焼肉と寿司をメインに提供しているかたわら、しゃぶしゃぶ、ラーメン、焼き鳥等も提供
 - 焼き肉、うなぎの蒲焼等は備長炭を使った鉄板で調理
- メニューには、寿司のおまかせ、焼き肉やうなぎの蒲焼調理方法(備長炭、骨切り、タレ)等の日本の食文化の解説も掲載
- 日本酒だけでなく厳選されたチェコワインもラインナップ
- 日本人シェフが在籍
- 「Eshop」という和牛等の日本産の食材、アサヒビールや日本酒等の酒類、オリジナル料理を販売するECも展開

店舗数

- 1店舗のみ

客単価・客層

- 客単価：1400-2000CZK(60-80EUR)(握り寿司:79-289CZK、寿司セット:699-2,999CZK程度)
- 客層：高所得層の欧州人、中国人がメイン



寿司の盛り合わせ/2,680CZK

- 握り16貫：サケ、マグロ、北寄貝、ヒラメ
- 巻き寿司：えび、アボカド、ハマチ、ネギ、
- スペシャルロール：帆立貝

等



焼き肉コース /1,599CZK (一人前) 2,999CZK (二人前)



ライス アイスクリーム /119CZK (餅米、米麴、甘酒 を混ぜて作られた自 家製アイス)

写真引用元:[公式Wolt](#)、[インスタグラム](#)

日本食レストラン例 ~Takumi (ラーメン屋)

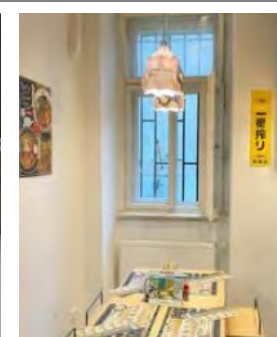


欧州を中心に世界で店舗展開している日本人店主が経営するラーメンチェーン。ヴィーガン向けも含めた種類豊富な本格ラーメンだけでなく、手軽な価格の丼ものも人気。

店舗概要

店舗名	Takumi Praha
カテゴリ	・ ラーメン屋(日系)
ビジネス概要	・ ドイツを拠点として、世界で39店舗を展開するラーメンチェーン匠のチェコ店舗。2019年にプラハに開店 ・ 日本人オーナーの佐伯春彦氏は1998年から独デュッセルドルフを拠点とし、札幌ラーメンの店「麺処匠」をはじめ、串焼きや鉄板焼きなどさまざまな業態の日本料理レストランを経営 ・ 店舗はプラハの中心部に位置し、駅近でアクセスも抜群 ・ 本物のラーメンが提供されていると現地人にも日本人にも評価されている ・ 塩、醤油、味噌、担々麺等の定番メニューからテリヤキ味噌ラーメン等のオリジナルメニュー、ヴィーガン向けメニューを展開している ・ 丼ものも豊富で、比較的手頃な価格設定で人気 ・ 居心地の良い内装やスタッフの接客の評判も良い
店舗数	・ チェコには1店舗(世界では欧州を中心に計39店舗)
客単価	・ 220-540CZK (ラーメン:218-348CZK、丼物:159CZK程度)

店舗外観・内装



メニュー例



テリヤキ
味噌ラーメン
/298CZK
(人気メニュー)



豚カルビ丼
/159CZK
(人気メニュー)



ベジタリアン
味噌ラーメン
(野菜の
天ぷら付)
/318CZK



唐揚げ丼
/159CZK
(人気メニュー)

写真引用元:[公式Wolt](#)、[Instagram](#)

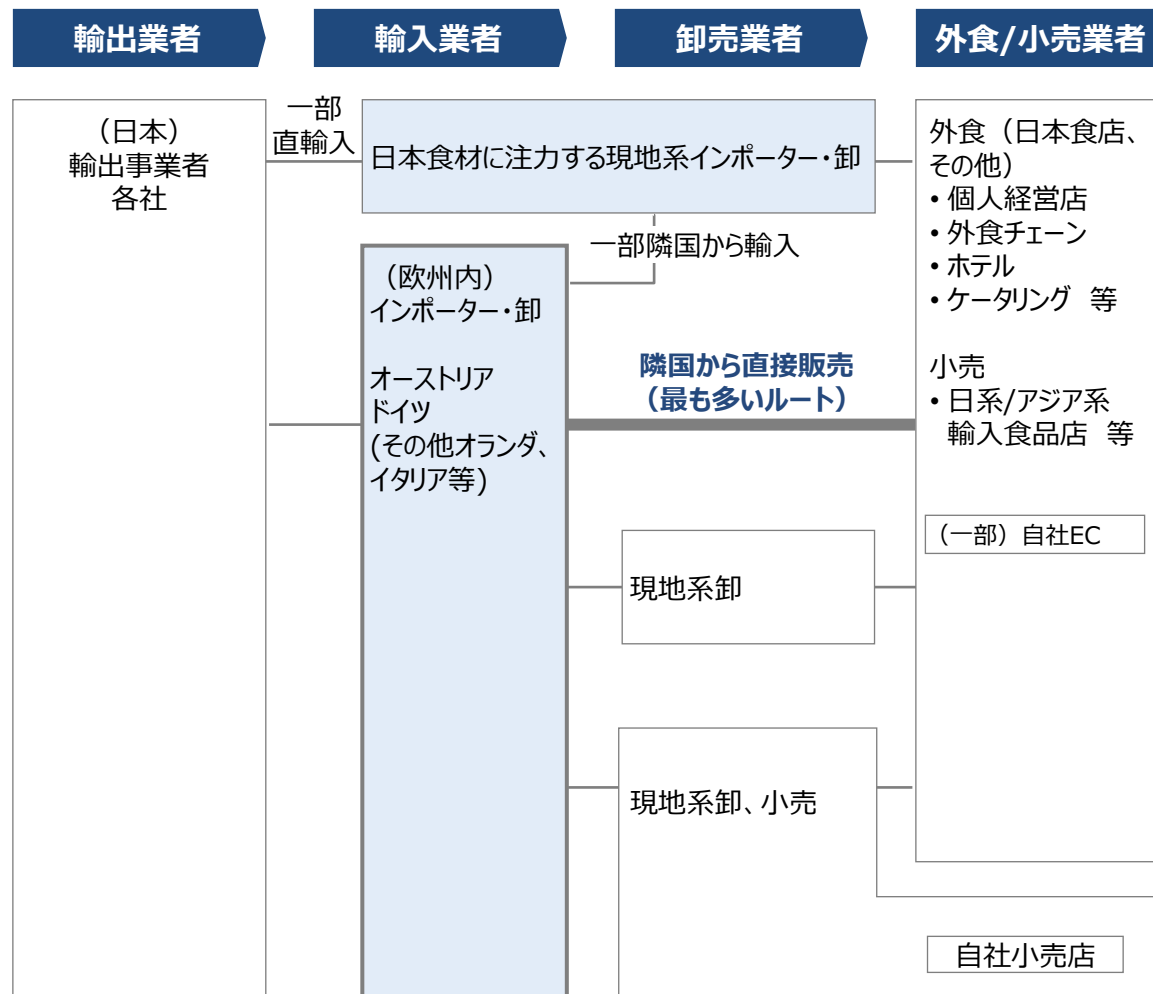
4. マーケット調査 - ②チェコ

(4)日本製品の流通構造



チェコは市場が小さく、隣国の日系大手インポーターから外食・小売業者への直接販売が主流だが、日本から直輸入するローカルのディストリビューターも登場し、事業拡大中。

チェコにおける日本産品の流通経路



日本産品の流通経路の特徴

**ローカル
ディストリビュー
ターは直輸入し
ない二次卸が
ほとんど**

II

**隣国大手日系
インポーターが
ほぼ寡占**

- ・ 隣国の大手日系ディストリビューターが外食・小売事業者に食品・酒類いずれも直接販売する最大手サプライヤー
- ・ ポーランドに比べ人口/日本食店数が少なく、ローカルディストリビューターが日本産品の輸入・販売に長年積極的でなく多くが二次卸的な立場
- ・ 隣国ディストリビューターの平均配送頻度は週1回

**日本から
直輸入する
唯一の現地系
インポーターが
精力的に事業
拡大中**

- ・ 2017年から、日本食材を中心に扱うブルガリア人CEOの現地系インポーターがチェコに本社を移し、顧客数を伸ばし急成長中、大手日系ディストリビューター等の牙城に食い込む
- ・ チェコで唯一日本産品を直輸入するディストリビューターとして日本食材の普及に精力的に励む

4. マーケット調査 - ②チェコ

(5) 日本産品の取扱状況とニーズ・評価



需要は限定的だが、日本酒はインポーター、日本食店、日系小売店で取扱拡大要望のある有望品目。日本産のゆず酒や黒糖等のフレーバーを付けた梅酒も可能性がある。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

ニーズのある有望品目 ポテンシャル品目	日本酒	- 取扱うサプライヤーが限られており、流通する銘柄は複数存在するものの、まだ少ない - チェコで多く消費されるビール等と比べるとまだ認知度は低いものの、日本食店等で人気徐徐に高まっており、インポーター、日本食店、日系小売店から取扱拡大ニーズがある有望品目
	梅酒・ゆず酒	- 日本食店や日系小売店の多くで取り扱われているが、梅酒はほとんどが安価なEU産のチョーヤで、ゆず酒は日本産を1種類置く店舗が複数存在 - 日本的な黒糖、茶等の味が広まっていく可能性もある
	ウイスキー	日本酒や梅酒に比べると取扱いには限定的だが、プレミアムウイスキーが高級日本食店で取り扱われている
	ジン	インタビューをした中では特にニーズや要望はなかった
	ビール	ビールの消費量世界一だが、自国のビールが最もおいしいと考えられているため、日本メーカーのビールも悪くはないが、安くておいしい自国・隣国のビールの方が好まれている
	焼酎・泡盛	チェコはアルコールの規制がEUで最も厳しく、国内で作られたあんず酒によって40名が死亡した事件後に規制が強化されたことも影響し、アルコール度数が高くニーズが小さい焼酎・泡盛は入手が非常に困難で、国内に流通していない

- 獺祭、久保田、南部美人、松竹梅、八海山、黒松白鹿、月山酒造、大関、秋田清酒、中島醸造、沢の鶴等が流通
 - 競合として日本のメーカーがフランスで醸造した日本酒もあり、価格が安い
 - 日本食店、日系小売店での取扱中心
- 梅酒はEU産のチョーヤがほとんどで、一部宝酒造等も取扱あり
 - ゆず酒は日本産品3-4種類が流通
 - 日本食店、アジア系小売店での取扱中心
- ニッカ、山崎、響が一部高級日本食店や取扱い製品の多い日系小売店で流通
- ニッカ製品がごく一部の高級日本食店や取扱い製品の多い日系小売店で流通
- 欧州産のアサヒ、麒麟、サッポロのみで、日本食店や日系小売店でもあまり取扱われず、日本産は無い(アサヒはチェコ工場製)
- ほとんど流通していない



寿司用の材料として、醤油、酢、わさび等の商品の需要が高く、今後も伸びると予測される。だしの素や味噌も日本食店や日系小売店で様々な種類が取り扱われている。

ニーズのある有望品目

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

醤油

- 主に寿司材料として人気であり、最も流通が多いのはキッコーマンの醤油で、種類豊富に流通している
- 日本食レストランや日系小売店の中には日本のローカルメーカー製の醤油を取り扱う事業者も存在しており、品質の違いを求める事業者向けにプレミアム醤油は有望

- キッコーマン(欧州産、一部日本産)、ヤマサ(日本産)が中心
- 日本食店や日系小売店の中には銚子のメーカー、弓削田醤油、柴沼醤油、丸京、宝来屋等を取り扱う事業者も存在

酢

- 寿司用として需要が大きく、今後も伸びると思われる
- 一部米国産も存在するが、日本産の米酢、寿司酢の流通も多く、内堀醸造等プレミアム品や穀物酢、黒酢も流通
- 赤酢を新たに取り扱いたいというインポーターも存在

- ミツカン（一部米国産）、キッコーマンの米酢や寿司酢が中心
- 日本食店や日系小売店の中には内堀醸造、高野酢造や日本産穀物酢、黒酢等を取り扱う事業者も存在

わさび

- 同じく寿司用として人気だが、安価な中国産が競合
- 日本食店や日系小売店では日本産の取扱も確認

- 日本食店や日系小売店の中には金印、S&B、ハウス等を取り扱う事業者も存在

味噌

- 主に日本食店や日系小売店において日本産の赤味噌・白味噌が取り扱われており、無添加製品等も一部確認
- フュージョン料理のマリネ用ソース等にも使用されている

- 日本食店や日系小売店で日本産のハナマルキ、ひかり味噌、マルコメ、カクキュー等の取扱を確認

だし

- 主に日本食店や日系小売店でだしの素やめんつゆの取扱を確認
- インポーターからだしの素の取扱を拡大したいという声がある

- 日本産だしの素を使用する日本食店が存在し、日系小売店ではシマヤ、味の素、丸三のだしの素やヒガシマルのうどんスープ、日本産の各種めんつゆも取扱

サマリ：今後の需要が期待できるポテンシャル品目（調味料 ～その他）



日本食店や日系小売店にて、みりんやソース等の日本産調味料が取り扱われている。ゆず関連商品は徐々に人気になっておきており、調味料からお菓子まで様々な日本産品が存在。日系小売店ではふりかけも種類豊富に取り揃えられている。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

今後の需要が期待できるポテンシャル品目

みりん・料理酒	- 日本食レストランにて日本産みりん・料理酒が日本食用に使用されている - 日系小売店においても日本産を取扱う	キング醸造(日本産)、ミツカン(日本と米国産)が一部高級日本食店や取扱製品の多い日系小売店で流通
ソース類	- 日系小売店においてたこ焼き、お好み焼き、焼きそば、とんかつ、テリヤキ、ローストビーフ等の用途多彩な商品が取扱 - アジア系小売店においてよく売れており、チェコで人気	日系小売店でオタフク、イカリソース、ヤマサ、ダイショー(全て日本産)、ミツカン(日本と米国産)、キッコーマン(オランダ産)等の取扱いを確認
マヨネーズ	- 日本食店や日系小売店では日本産の取扱を確認。最も流通が多いのは日本産のキューピーのマヨネーズ - 安価な中国産が競合(ECサイトにて約半額で販売)	- 日本産のキューピーマヨネーズが中心 - 日系小売店の中には安価な中国産を取扱う業者も存在
ゆず関連製品	- 西欧で人気が広まり、東欧でも認知度が高まってきている - 主に日本食店や日系小売店において調味料からお菓子まで幅広い日本産品が流通 - 日本食店やフュージョンレストランではゆず果汁を味付けに使用	日本食店や日系小売店で日本産のゆず果汁、チョーヤや大関のゆず酒、柴沼醤油醸造等のゆずポン酢、日清食品のゆず味インスタントラーメン、世起のゆずもち等の取扱を確認
ふりかけ	- ふりかけが現地の人にも人気で白米にかけて喫食している - 基本的に日系小売店でのみ販売	日系小売店では三島食品、丸美屋、桃宝食品、フタバ、永谷園(全て日本産)等の各種ふりかけが取り扱われている

サマリ：今後の需要が期待できるポテンシャル品目（麺類・粉類）



生のラーメン・うどんの人気の高まっており、特にブームであるラーメンは自家製麺を製造する現地事業者も登場し、今後製麺用の粉の需要が高まると予測される。パン粉やてんぷら粉は安価な外国産が中心だが、高級店等で一部日本産てんぷら粉の取扱いあり。

今後の需要が期待できるポテンシャル品目

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

うどん・ ラーメン (乾麺・ 生麺)	- 日本産食品を中心に取扱うインポーターや日系小売店で日本産の乾麺のみでなく、生麺（ラーメン、うどん、焼きそば）を取扱い - 特に生ラーメン、生うどんの人気の高まっており、韓国等他国産も多く、日系小売店では現地生産された生ラーメンも取扱う	- 日系小売店の中には都一、五木、たか尾の麺(全て日本産)等の地域のうどん商品を取り扱う事業者も存在 - 他国製としてYutaka（英国インポーター Tazaki FoodsのPB)等も流通
ラーメン用 粉	- 東欧における近年のラーメンブームから、ラーメンの原材料への需要は一層高まると予想される - 日本からの輸入麺は高く、既に現地で自家製麺を製造する事業者が登場しており、今後自家製麺が主流になっていく見通しであるため、製麺用の粉のポテンシャルは高い	ー
てんぷら粉	- 高級日本レストランでは日本産が使用されている - 日系小売店において、日本産、タイ産の取扱いを確認	日本産てんぷら粉を使用する日本食店が存在し、日系小売店の中には、オーマイ、J-BASKET(共に日本産)を取り扱う事業者も有る
パン粉	- アジア系小売店、日系小売店で販売されているが、日本産はほとんど無く、アメリカ産、中国産、韓国産が中心 - 外国産パン粉のパッケージには日本語が併記されており、日本料理を連想されるような商品も存在	流通している商品の多くが他国産（日本メーカーの米国産品を含む）

サマリ：有望日本産品目／今後の需要が期待できるポテンシャル品目（菓子・ソフトドリンク）



もち菓子やどら焼き等和菓子を扱う日系小売店や日本食レストランが多く、有望品目。甘いスナック菓子も日系小売店等で既に様々な商品の取扱があり、アジア系小売店等にも需要が拡大することが期待される。ソフトドリンクはラムネとカルピスが人気。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

ニーズのある有望品目

ポテンシャル品目

和菓子

- 日系小売店では様々な味のもち菓子やどら焼きが人気
- 中級以上の人気日本食レストランでは大福（もち菓子）やどら焼き、抹茶等日本風フレーバーのアイスを提供しており、日本産スイーツを拡充したいというニーズも存在

菓子（甘いスナック）

- 日系小売店では様々な商品が取扱われており、アジア系小売店が増加する中、さらなる需要拡大が期待できる
- 抹茶味等和風フレーバーの商品や、キャラクターパッケージの製品の人気も高い

ソフトドリンク

- サプライヤーの取扱商品が限定的であるため日本食店でも取扱われるのはラムネとカルピスだが、より幅広い日本産品への潜在的需要が小売・外食向けに存在する可能性あり
- 甘酒は日系小売店ECサイトで単立カテゴリとしてPRされており、健康効果も高いためポテンシャルがあるのではないかと

スナック（塩味他）

- 和菓子や甘いスナックに比べると、日系小売店での品揃えの充実度は劣り、わさび味の豆菓子等は他国産の方が多いものの、日本産にも潜在的な需要がある可能性あり

- 日系小売店のもち菓子は台湾産等が多いが、品揃え豊富な店舗では日本産もち菓子（世起、久保田等）、どら焼き（丸京等）羊羹（井村屋等）などを取り揃える
- 日本食店の一部でもち菓子や羊羹、和菓子、和風のアイスを提供（日本産材料の使用状況は不明）

- 日系小売店では様々なメーカーのビスケット、クッキー、チョコ、キャンディ・グミ・ガム類等を取扱う（グリコ、ブルボン、春日井製菓等）
- 日系以外の小売店での取扱状況は不明

- 日本食店ではラムネやカルピスが中心であり、まだあまり種類の広がりが無い
- 日系小売店では上記に加え甘酒や、茶飲料、ジュース等、より幅広い種類を取り扱う

- 日系小売店では1-3ブランドの米菓、豆菓子、おつまみ系スナックを取り扱う
- 日系以外の小売店での取扱状況は不明

サマリ：今後の需要が期待できるポテンシャル品目（肉類・水産物）



複数の高級店で和牛の人気が高く、日本産の品質は高く評価され、現地インポーターも新規取扱を希望する等有望度が高い。水産物は認証や物流の問題から欧州産が主流だが、日本産品は主にハマチが流通しており、取扱種類の拡大を希望する声もある。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

有望品目

ポテンシャル品目

和牛

- 日本産和牛の人気がチェコで高まっており、複数の日本食店においてステーキや焼肉として人気メニューとなっている
- 他国のサプライヤーから調達している店舗が多い中、和牛人気を受けローカルインポーターも新規取扱を希望しており、輸出ポテンシャルは高い
- 日本産の品質は高く評価されており、前年比で20%の売上増の店や、「和牛は日本産しか扱わない」とこだわっている店、様々な牛肉を食べ比べた結果日本産が価格・質の面でベストだったと評価する店も存在

- 複数のアッパーミドル～高級日本食店において鹿児島産等が取扱い
- 日本食店の中にはイギリスのJAやイタリア等々他国のサプライヤーから仕入れている事業者も存在
- 小売での取り扱いはない

水産物

- 日本産はハマチを中心に真鯛、ホタテ等が流通し、寿司・刺身やフュージョン料理のマリネとして高級店で提供される
- 日本産の鮮魚・冷凍魚の取扱いを今後拡大したいという日本食店の声もあるが、認証、物流の問題から日本からの輸入品より欧州産のものが現状好まれる傾向にある

- 複数の日本食店や日系小売店で日本産のハマチが流通し、一部真鯛やホタテを取り扱う高級店も存在
- その他的高级水産物はスペイン、ドイツ、イギリス等欧州内から調達されている

かつおぶし

- EUに輸出可能な日本産かつおぶしの生産量が少ないため、日本産の取扱はあるが一部高級店等に限定
- スペイン産・ベトナム産も流通しており、パッケージには日本語も併記されているため、差別化が求められる

- 日本食店や日系小売店において日本産の取扱もあるが限定的で、Wadakyu Europeがスペインで生産した商品やベトナム産の流通も多い

サマリ：有望日本産品目（インスタント/レトルト/冷凍食品、大豆加工品）



カップラーメンをはじめとしたインスタント食品はバリエーション豊富に日本産品が流通している。豆腐・湯葉・納豆等の大豆加工品は、日本産が流通しているものの、価格の高さから安価な中国・韓国産も選ばれている。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

今後の需要が期待できるポテンシャル品目

インスタント・レトルト・冷凍食品

- ・ 日系小売店の中には日本のローカルメーカー製のカップラーメンやカップうどん・そばを取り扱う事業者も存在しており、バリエーションを求める事業者向けに輸出ポテンシャルは高い
- ・ レトルトカレーも日系小売店で取扱があるが、現地消費者にはほとんど消費されていない
- ・ 冷凍枝豆の競合は中国産

- ・ 日系小売店の中には日清食品、徳島製粉、山本製粉、サンヨー食品、東洋水産、五十嵐製麺の日本産のインスタントラーメン商品等を取り扱う事業者も存在

豆腐・湯葉

- ・ 主に日本食店や日系小売店で日本産の取り扱いを確認
- ・ 競合の中国産や韓国産に比べ値段が高く、日本産の取扱を躊躇しているという日本食店の声もある
- ・ 日系小売店では絹豆腐、木綿豆腐、高野豆腐等の他、豆腐入り味噌汁や麻婆豆腐の素等の関連商品も流通

- ・ 日系小売店の中にはみずずコーポレーションの高野豆腐、森永の絹豆腐、木綿豆腐(全て日本産)等を取り扱う事業者も存在
- ・ 韓国産を使用する日本食店も存在

納豆

- ・ 主に日本食店や日系小売店で日本産の取扱を確認
- ・ 豆腐・湯葉と同様、日本産の値段の高さが消費者が購入を検討する際にネックとなっている

- ・ 一部の日系/韓国系小売店でオーサトの水戸納豆(日本産、冷凍)等、タカノフーズのおかめ納豆(日本産、冷凍)等を取り扱い
- ・ Sunfoodという健康食を扱う事業者が約150円/パックで納豆(原産国、銘柄不明)を販売

サマリ：今後の需要が期待できるポテンシャル品目（海藻類）



海藻類は日本食店や日系小売店でも中国・韓国産が主流だが、海苔・海苔加工品は一部店舗で日本産が流通している。現在は中国産を使用しているが、日本産の各種海藻類を取り扱いたいという外食店の声もある。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

ポテンシャル品目

海苔

- 寿司をはじめとした日本食の材料として人気であるが、他国製が中心
- 日系小売店ではお茶づけ海苔、インスタントの海苔みそ汁、菓子等の関連商品等幅広い日本産品を取扱う
- 日系小売店の中には日本のローカルメーカー製の味付け海苔を取扱う事業者も存在しており、品質の違いを求める事業者向けに地域産の海苔等は有望

- 中国・韓国産が中心
- 日本食店や日系小売店で日本産の高岡屋(幸福のり)丸徳海苔(広島かき味のり)、加藤産業(生活派きざみのり)等の取扱を確認
- 日系小売店で海苔関連商品としては、日本産の永谷園(お茶づけ)、マルコメ(インスタントみそ汁)、Befco(ばかうけ)、ベルギー産の湖池屋(ポテトチップス)等を取扱い

昆布・わかめ・その他海藻類

- 中国産等が中心で、日本産の取扱いはほとんどない
- 現状は中国産を扱っているが、日本産の各種海藻類や乾燥品・漬物でもない生の海藻類を取り扱いたいという日本食やフュージョン料理のレストランの声がある
- 高級レストランからは昆布(原産地不明)の梱包に破損がみられることがあり、香りや味が損なわれてしまっているという課題が指摘された

- 中国産が中心
- 日系小売店で日本産のヤマナカフーズ(国内産乾燥芽ひじき)、くらこん(ごはん納豆こんぶ)、海藻類の関連商品としては日本産のシマヤ(こんぶだしの素)、キッコーマン(わかめスープ)、マルコメ、ひかり味噌(インスタントわかめ味噌汁)等の取扱いを確認

サマリ：有望日本産品目（茶）、今後の需要が期待できるポテンシャル品目（コメ）



元々東欧の中でも高品質な茶の消費文化が比較的あり、アジア系の茶を取揃える茶カフェが各地に存在する等、日本産の茶・抹茶の消費ポテンシャルが大きく、現地での関心・取扱拡大ニーズも高まりつつある。コメは日本産の扱いもあるが、価格差が大きい。

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

有望品目

茶・抹茶

- ・ 茶文化とコーヒー文化が両方存在していたという土壌もあり、WW2後、質の悪い茶しか流通していなかった旧共産圏の東欧諸国の中でも高品質な茶を消費する文化が比較的存在。中国や台湾に見られる茶芸館のような茶カフェ「チャヨヴナ」が国内各地に存在する等、東欧の中では最も日本産の茶・抹茶の消費ポテンシャルがある
- ・ 西欧諸国での人気を受け、抹茶や緑茶への認知も高まっており、日本食店や日系小売店の多くで日本産品を取扱
- ・ 日系小売店等から取扱種類を拡大したいというニーズもあるが、EUの規制に対応した日本産品が少ないことが課題

- ・ 各地に存在する茶カフェ（チャヨヴナ）では、アジア産の茶を中心に、日本茶を扱う店舗も存在
- ・ 日本食店、日系/アジア系小売店の多くでも日本産品を取扱い

ポテンシャル品目

コメ・ コメ 加工品

- ・ 日本食材を中心に扱うインポーター、日系小売店で日本産のコメや切り餅が取扱われている
- ・ 既存のイタリア産・米国産と日本産の価格差が大きいいため市場拡大は難しい

- ・ イタリア産の寿司米（「Haruka」等）や、米国（カリフォルニア）産、韓国産がほとんど
- ・ 日本食材を多数扱うインポーターや取扱い製品の多い日系小売店では、あきたこまち（秋田産）、こしひかり（富山産等）や、切り餅（佐藤食品等）を取扱い
- ・ 常温の餅の競合はタイ産等
- ・ 日系小売店でパックご飯（越後製菓、アイリスオーヤマ、テーブルマーク）の取扱も確認

サマリ：今後の需要が期待できるポテンシャル品目：漬物・青果物



漬物は中国産が主流だが、一部日本食店で日本産品の取扱あり。日本産青果物は輸送上の課題が多いため流通していないが、新規の取扱を希望する声もある。

今後の需要が期待できるポテンシャル品目

日本産品の取扱ニーズ

日本産品の流通状況

漬物

- ・ ガリ、たくあんは中国産が主流
- ・ 主に日本食店や日系小売店・アジア小売店で日本産の梅干し等の漬物の取扱も確認
- ・ 外食店からは漬物(原産国不明)の梱包が不十分でない点を指摘する声もあり、商品の性質上、梱包が重視される

- ・ 日系小売店において、中国産のたくあん、がり、甘酢しょうがの取扱を確認
- ・ 関連商品として、あさ漬の素を取扱う日系小売店も存在

青果物

- ・ 日本産を新規で扱いたいというインポーター、日本食店からのニーズもあるが、輸送上の課題が多く現実的には難しい
- ・ ハイエンドの外食店からは、もし可能なら新鮮ないちご、リンゴなど特別感のある青果物を扱いたいという要望あり
- ・ ゴボウ・ニラ・さつまいも・モヤシ・ゴーヤー・れんこん等、現地では珍しいアジア系野菜は日本産ではないがベトナム系小売店で入手可能であり、在留邦人もよく利用している

・なし

4. マーケット調査 - ②チェコ

(6)輸出拡大に向けた課題



日本から直輸入する現地事業者は1社のみで、日本産品に関する情報は限られたサプライヤー頼り。東欧諸国と同様、サプライヤー側での品切れが多発し、また輸送コスト等の影響で現地にとっては価格が高く、他国産品で代用されているケースも多い。

ヒアリング等で挙げた主な課題

知識	日本産品に関する情報不足	日本産品の使い方、他国産と日本産や、日本産の各ブランドでの品質の差がまだあまり知られていない。現状、日本人の経営する店や日本に非常に詳しいオーナーやシェフを除き、外食店等の多くはこうした情報を仕入れ元である大手サプライヤーから得るのみで、情報源が限られている
需要	コロナ禍の観光需要↓	プラハは外国人観光客が多く訪れる東欧随一の国際観光都市であり、富裕層観光客をターゲットにした高級店が多いが、コロナ禍で外国人がほとんど来訪できず、高級レストランも多くは苦境の中にある
供給	不安定な供給	- サプライヤーでの品切れが多いため、外食・小売店側が注文するたびに、その商品を再度、購入できるかどうかをサプライヤーに確認する必要がある - サプライヤーからの納期が長いため、納期を短くしてほしいという要望もある
コスト	高価格	- 日本産品は、品質が高く包装が良く、一部の商品是他国が真似出来ない独自性を持っているという強みがある一方、単価が高いため手が出しづらい状況 - コンテナ不足・人手不足などのコロナの影響を受け、日本からの輸送コストが昨今急激に上がっており、日本産品の値段は全体的に20%値上がりした
競合	安価な他国製競合品	中国、ベトナム、タイなど他のアジア諸国のメーカーの製品が日本産品の競合。日本のメーカー製の品物を希望している事業者であっても、一部の商品は価格が合わず、競合国産品で代用せざるを得ない状況
商品	賞味期限の短さ	日本産品は賞味期限が非常に短く、欧州・中国・韓国産品等に比べリスクが大きく、より長い賞味期限を設定してほしいという要望がある

0. エグゼクティブサマリ

1. 調査概要

2. テスト輸送実証

- ① 実証における論点
- ② テスト輸送 実施概要
- ③ テスト輸送 実施結果

3. 物流調査

- ① 日本から東欧への食品輸送ルートの実況
- ② COVID-19の影響
- ③ 物流上の課題・期待
- ④ 輸送に係るルール・手続き

4. マーケット調査

① ポーランド

- 1. サマリ
- 2. 日本食市場の実況とポテンシャル
- 3. 日本食レストランとメニュー例
- 4. 日本産品の流通構造
- 5. 日本産品の取扱状況とニーズ・評価
- 6. 輸出拡大に向けた課題

② チェコ

- 1. サマリ
- 2. 日本食市場の実況とポテンシャル
- 3. 日本食レストランとメニュー例
- 4. 日本産品の流通構造
- 5. 日本産品の取扱状況とニーズ・評価
- 6. 輸出拡大に向けた課題

③ ハンガリー

- 1. サマリ
- 2. 日本食市場の実況とポテンシャル
- 3. 日本食レストランとメニュー例
- 4. 日本産品の流通構造
- 5. 日本産品の取扱状況とニーズ・評価
- 6. 輸出拡大に向けた課題

4. マーケット調査 - ③ハンガリー (1)サマリ



1. 日本食市場の現況とポテンシャル

- ハンガリーはグヤーシュスープをはじめ自国の食文化が豊かで、**食に対する意識、興味が中東欧の隣国よりも高い**。歴史的に様々な国の侵攻を受け、多文化が入り混じっているため**他国料理への受容性が高い**一方でアジア食材を扱う店舗はまだ少なく、**食文化はポーランドに比べると保守的**
- 首都ブダペストは中東欧屈指の観光都市**で、ロシア人等裕福な外国人が多く訪問するため、**高級レストランが多数存在**する。**ミシュラン星付きレストラン数は2021年現在7店と東欧で最も多く**、オーストリア＝ハンガリー帝国の名残もあり洗練された格調高い店舗が存在し、**レストランのレベルの高い都市**として知られる
- 一方でハンガリーはここ数年経済情勢も好転しておらず、平均年収は約25,400USDで、ポーランドやチェコよりも低い。そのため日本食レストランの顧客は、**わずかな富裕層と在留邦人、外国人観光客が占めている**状況で、寿司を扱っている店は全土でまだ**約100店**とポーランドやチェコよりも**非常に少ない**
 - 寿司を提供する店の90%以上が**首都ブダペストに一極集中**し、地方都市にはほとんど存在しない
 - 日本食レストランの増加傾向は、急成長する**ポーランド、チェコ等に比べ遅い**が増加基調
- 日本食店の多くはハンガリー人の経営で、一部オーストリアから移住してきた中国人経営店もあり、ドイツでベトナム人が運営している店よりもレベルが高い。庶民が食べられる手ごろな価格の店もあれば、カジュアルな店、高級店も存在する。日本人経営の店も多いため、**ポーランド、チェコ、オーストリア等近隣諸国に比べ日本食店のレベルが高い**
- 日本食材市場自体は東欧の中では小さいが、洗練された複数の高級店の存在、日本食レストランのレベルの高さから、**高級食材の販売先としてのポテンシャルは東欧一**であると推察される
 - **ステーキ店向けの和牛**など、日本食レストラン以外にも販売できる可能性はあると考えられる



2. 日本食レストランとメニュー例

- 一般国民の間では**日本食**と言えば「**寿司**」というイメージが俄然強い
 - 人気の寿司メニューはサーモン、マグロ等**赤身系**の魚と、たれの風味が受け入れられやすい**ウナギ**等であり、**おまかせメニューを提供する店はない**
 - ロール寿司等オリジナリティのある寿司を提供する店も増えている
- **日本食のバラエティについて欧州諸国に比べまだ知られておらず**、ポーランドやチェコのようにラーメン店が急増している状況にもない
 - 一方で、寿司がメインの店ではラーメン、から揚げ、焼肉、天ぷら、とんかつ、丼もの、カレーライス等を提供していることが多く、一部の消費者の間では徐々に認知が拡大しており、特にラーメンは客からの取扱要望が多い



3. 日本産品の流通構造

- **日本産食材**については**隣国の大手日系ディストリビューター**が**外食・小売向けに販売**
 - **日本産品を扱うローカルのディストリビューターが成長しておらず、日本からの直輸入はない**
- 日本産の**アルコール飲料**は**ローカルのディストリビューターが独占**
 - 現在はアルコール以外の商品に関心はなく、日本からの輸入についても消極的
- 隣国の事業者は週1回のみ、ミニマムオーダーを設定して商品を外食店・小売店に配送している。**日本食材を毎日配送するローカルのディストリビューター**が今後登場すれば、外食店にとっても利便性が向上し、価格面でも利益が大きくなる。また小売店での店頭価格も安くなり、日本食市場拡大のチャンスになると考えられる
 - 日本食材を扱う**現地小売店**は、隣国の日系ディストリビューター等EU域内から仕入れ、グループ会社が卸として食材をハンガリー国内の外食店等にも販売している。日本からの輸入は手間がかかることなどから現状は消極的だが、将来的には検討したいとの意向があり、小売店の規模も大きく、今後他国への進出も検討しているため、日本からの直接輸入を働きかけるバイヤーとして有望ではないか